



Barcelone n'a jamais été aussi proche, mais il ne s'agit pas de notre prochain voyage...

Pour ceux d'entre vous qui viennent de rejoindre cette newsletter, permettez-moi de vous fournir un peu de contexte :

Meta a profité de l'engouement pour Twitter et a créé son propre réseau social, similaire à celui de l'oiseau bleu. Son nom de code : Barcelona. Il sonne presque comme un film de Cédric Klapisch, vous l'avez ?) 🐦🇪🇸

Le fait est que tout semble prêt pour que ce projet voie le jour...

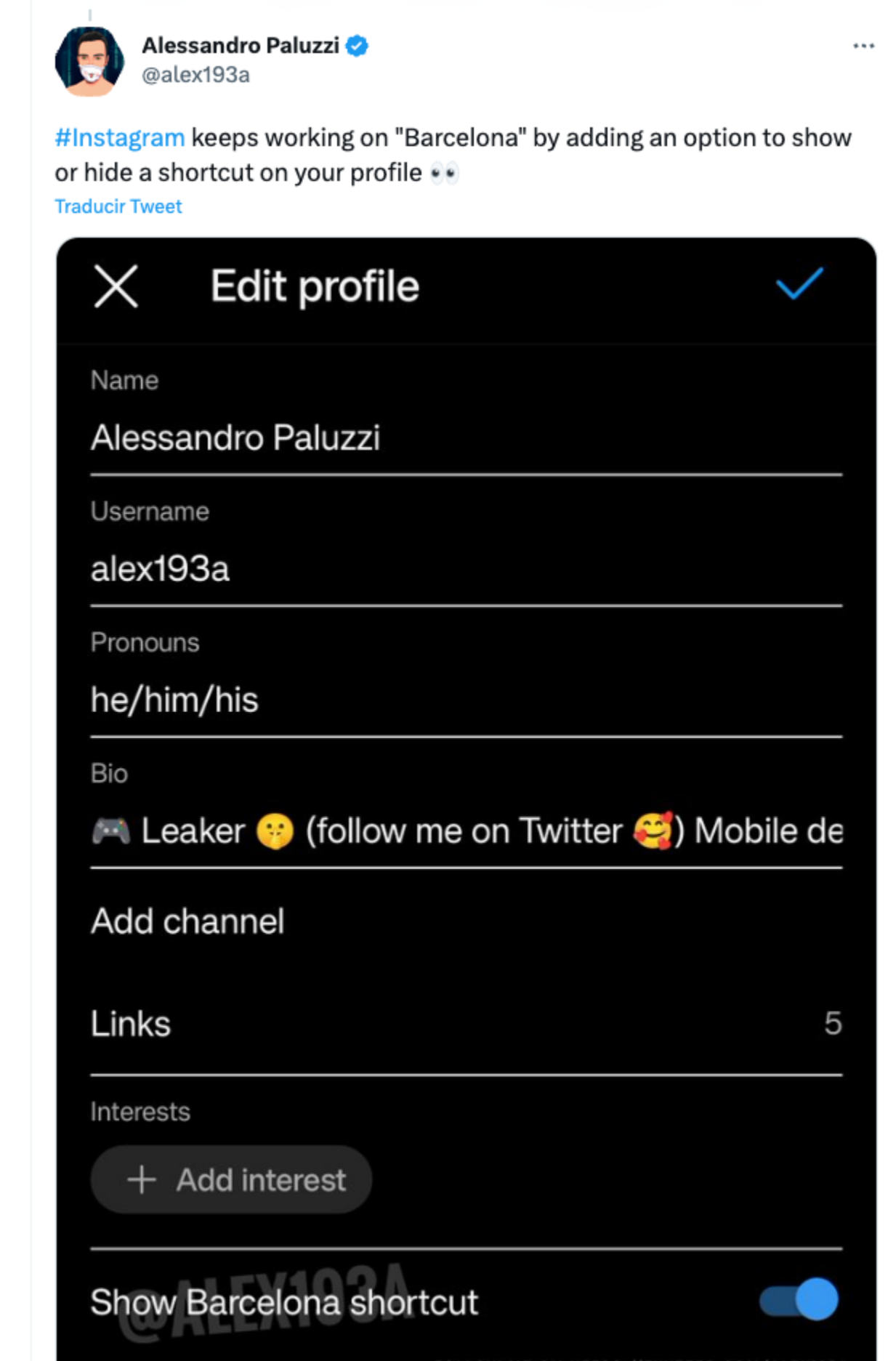
Premières images de Barcelona

Il semble que la date de lancement ait été fixée au mois de juin prochain.

Vous ressentez une certaine nervosité et de l'impatience à l'idée de tester ce nouveau réseau social ? Je vous comprends totalement.

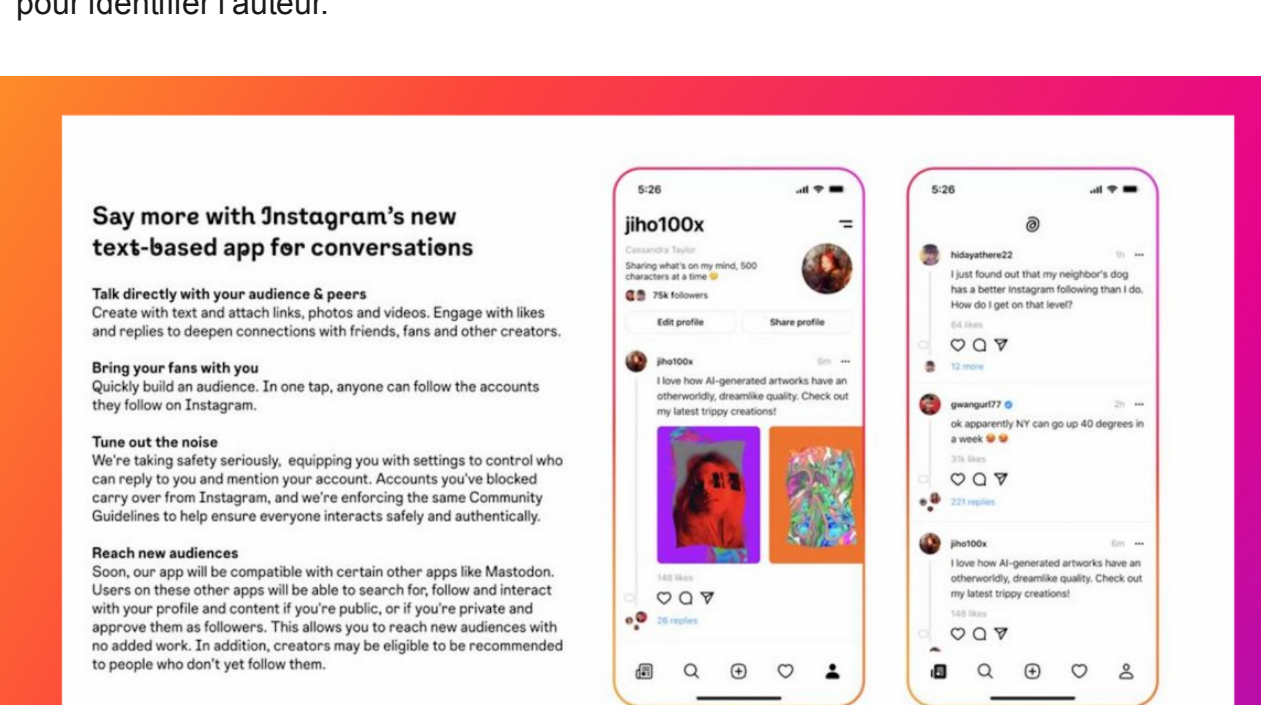
Aux États-Unis, de nombreux indices ont été révélés par des initiés.

Cette semaine, Alessandro Paluzzi a posté une image sur Twitter, montrant la **page de profil "Barcelona" en cours d'édition**.



De plus, grâce à **Lia Habermann**, nous avons désormais accès à la **première image du fil d'actualités**. Elle l'a partagée dans sa newsletter. Accédez-y en cliquant directement sur la capture d'écran.

Comme vous pouvez le constater, **l'interface est très similaire à celle de Twitter** (afin que vous vous sentiez à l'aise), avec **des threads prédominants** et une photo de profil pour identifier l'auteur.



Le temps presse pour découvrir officiellement tous les détails de ce réseau social, y compris son véritable nom... ou Barcelona sera-t-il le choix définitif ?

Et vous, allez-vous préparer une stratégie pour cette application ?

Vidéos plus longues sur Twitter

Twitter continue d'offrir des avantages aux comptes qui ont choisi de souscrire à **Twitter Blue**, son service payant.

Cette prestation comprend plusieurs avantages, dont la vérification du compte, grâce à l'abonnement.

L'une des dernières fonctionnalités ajoutées est la possibilité pour les membres de **partager des vidéos plus longues** :

- Jusqu'à deux heures de durée.
- En qualité 1080p.

En réalité, les comptes qui téléchargent fréquemment des vidéos auront de la chance. **Combien de fois avez-vous arrêté de regarder un vidéo sur un tweet parce qu'elle avait une qualité médiocre et que vous avez manqué la moitié du contenu ?**

Cependant, je m'interroge : **les utilisateurs préféreront-ils regarder la vidéo sur Twitter ou opteront-ils plutôt pour YouTube, qui offre une meilleure qualité (jusqu'à 4K) ?**

Fort à parier que les marques continueront d'utiliser Twitter, d'autant plus qu'**Elon Musk a déclaré qu'il donnerait la priorité au contenu vidéo** sur ce réseau social plutôt qu'aux liens externes.

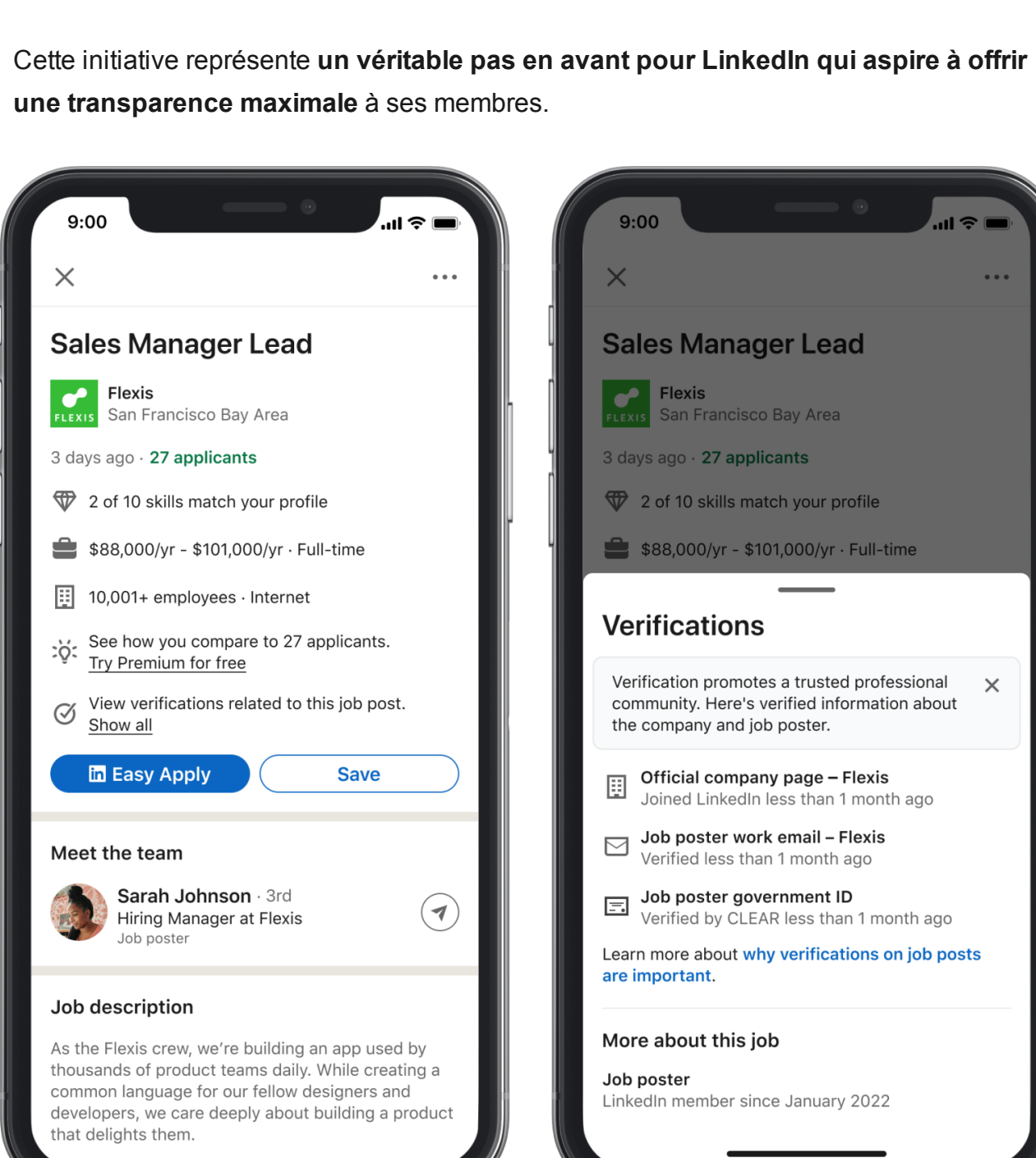
Vérification des offres d'emploi sur LinkedIn

Le réseau social dédié au monde professionnel a récemment fait une annonce prometteuse : désormais, vous pourrez **demandeur une vérification pour n'importe quel compte ou page d'entreprise**...

Et ce n'est pas tout ! **Il étend également cette vérification aux offres d'emploi**, ce qui est tout à fait légitime. **Les annonces de travail sont une affaire sérieuse et avoir la certitude qu'elles sont réelles apporte une grande valeur**, aussi bien pour les entreprises que pour les utilisateurs en quête d'opportunités professionnelles.

Lorsque ces offres sont vérifiées par LinkedIn, cela signifie que **les informations ont été authentifiées par le réseau ou l'un de ses partenaires**. De plus, vous pouvez contrôler que l'annonceur est affilié à l'une des pages officielles de l'entreprise et que son adresse e-mail ou son lieu de travail sont exacts.

Cette initiative représente un **véritable pas en avant pour LinkedIn qui aspire à offrir une transparence maximale** à ses membres.



Une communauté YouTube pour tous

L'onglet Communauté sur YouTube a marqué un véritable tournant pour la plateforme. **En autorisant la publication de textes et d'images sur le feed, il crée une expérience similaire à celle de Facebook**.

Cependant, il était auparavant **réservé aux chaînes comptant plus de 1 000 abonnés, ce qui limitait son accès**.

Désormais, cette fonctionnalité est ouverte à tous. **YouTube permet à l'ensemble des créateurs de publier leur contenu dans cet onglet** et avec toutes les options disponibles :

- Texte enrichi avec emojis.
- Images.
- Vidéos.
- Sondages.

Si vous possédez une chaîne YouTube, cet onglet vous permet de **constituer une communauté, d'interagir avec vos abonnés et de générer du trafic vers votre site web** ou vos nouvelles vidéos.

PS : Pour plus d'informations sur cette fonctionnalité, **consultez notre article de blog dédié**.

Nouvelle option pour ajouter un lieu et l'afficher sur la carte

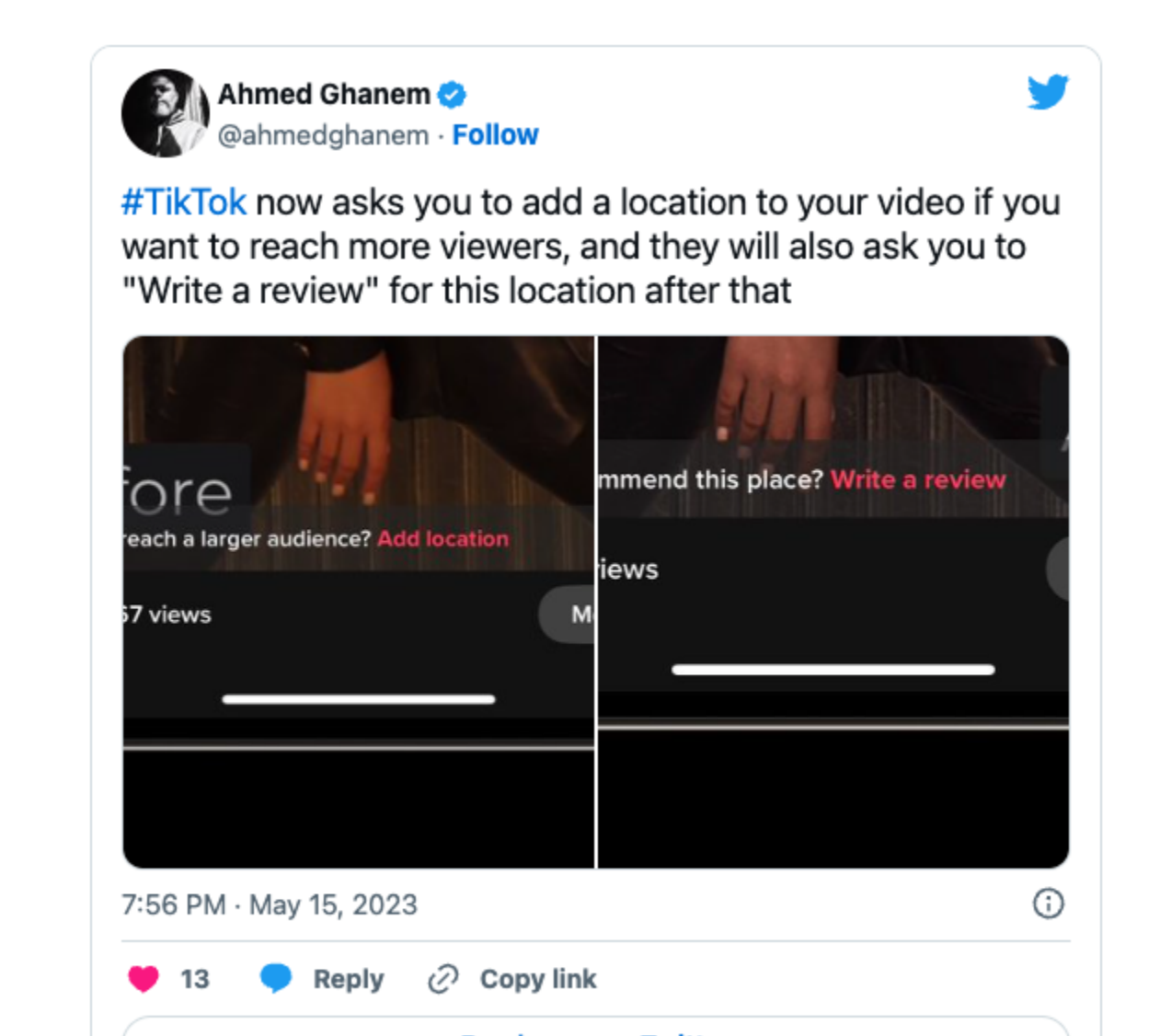
Comment augmenter le nombre de vues sur TikTok ?

Il semble que le réseau social ait la réponse : les tags de localisation que vous pouvez inclure dans vos vidéos.

A priori, l'objectif est de permettre **aux créateurs de contenu de localiser leurs vidéos, offrant ainsi aux utilisateurs une autre option pour les découvrir**.

Comme le montre l'image partagée dans le tweet d'**Ahmed Ghanem**, TikTok suggère **d'indiquer le lieu de la vidéo de manière à ce qu'elle bénéficie d'une plus grande visibilité**.

Il reste à voir comment **l'algorithme fonctionnera avec cette nouvelle alternative et si elle permettra de booster le nombre de vues**.



Voilà pour les nouvelles de cette semaine sur les médias sociaux.

J'ai hâte de découvrir Barcelona, ou quel que soit le nom de la nouvelle plateforme de Meta...

Bonne semaine à tous !

Oriane, de Metricool.

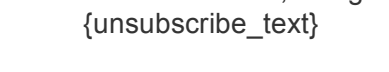
P.S. : Vous avez découvert des actualités que je n'ai pas mentionnées ? Partagez-les en répondant à cette newsletter ! Elle est là pour ça et pour vous ! ⭐

With metricool

[Partagez-le sur LinkedIn](#)

[Partagez-le dans un tweet](#)

[Partagez-le sur WhatsApp](#) ["target="_blank" style="text-decoration: underline; color: #22222a;" rel="noopener">Partagez-le sur Telegram](#)



Copyright © 2023 Metricool S.L. All rights reserved. (unsubscribe_text)

Vous pouvez vous opposer à tout moment à l'envoi de communications commerciales en [cliquant ici](#) ou en envoyant un email à info@metricool.com. Metricool Software, S.L., est responsable du traitement de vos données pour les finalités suivantes : Si vous avez contracté l'un de ses services pour maintenir la relation contractuelle, ainsi que la gestion, l'administration, l'information, la fourniture et l'amélioration du service et l'envoi de communications commerciales, sauf si vous vous y êtes opposé. Dans le cas où vous avez donné votre consentement à cette fin, pour l'envoi de communications sur les nouveautés et/ou les promotions de Metricool. Pour traiter votre demande d'information. Vous disposez d'un droit d'accès, de rectification, de suppression, de limitation, d'opposition au traitement, de portabilité et du droit de ne pas faire l'objet de décisions automatisées produisant des effets juridiques ou vous affectant de manière significative de façon similaire. Vous pouvez exercer vos droits à l'adresse info@metricool.com. Plus d'informations dans la [politique de confidentialité](#).